

学校编码: 10384

分类号密级_____

学号: 17720111151139

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

顾客风险偏好下 B2C 平台无理由退货策略研究

No Reason Return Strategy Based on the Customer Risk
Preference under B2C Platform

赵浩森

指导教师姓名: 计国君教授

专 业 名 称: 物流工程

论文提交日期: 2014 年 8 月

论文答辩时间: 2014 年 8 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席:

评 阅 人:

2014 年 8 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

网络购物无疑是现代购物的主要渠道之一，天猫商城、京东商城、亚马逊、1 号铺以及各种电视购物媒体等 B2C 平台让消费者足不出户就能体验到购物的乐趣。由于网络购物的独特性，真实信息获取困难等原因，退货在所难免。由于市场需求各 B2C 电子商务平台纷纷推出无理由退货策略，赋予顾客“后悔权”，允许顾客在购买产品后自由退货。2014 年 2 月 13 日，国家工商总局公布了《网络交易管理办法》，其中的消费者网购“后悔权”将在法律和部门规章层面都获得支持。2014 年 3 月 15 日正式实施新消费者权益保护法规定，除特殊商品外，要求网购商品在到货之日起 7 日内无理由退货。

已有不少文献针对 B2C 电子商务平台的无理由退货进行究，但此问题具有广泛的现实意义。本论文针对顾客有限理性行为的视角，涉及到多学科交叉，通过引入消费者行为学的相关理论，基于顾客风险偏好下 B2C 无理由退货策略展开研究。

本论文在考虑顾客风险偏好的有限理性条件下，对电子商务环境下的退货问题展开研究，一方面从理论角度给出无理由退货解释，一方面也为具体的 B2C 运作企业提供相应退货策略和解决方案。包括：探讨最优销售价格、供应链最优库存、最优退货价格以及供应链收益。供应链环境设计方面考虑到库存配送费用、残值处理、退货期限等相关问题。同时本论文立足经济学视角，分析现存难题，从收益角度构建退货策略的决策模型，利用数值模拟得到了一些管理思想。最后以安徽电视台家家购物的 B2C 电子商务平台为案例，期望运用所得的理论解决相关的实际问题。

关键词：B2C 无理由退货策略；供应链收益；有限理性；风险偏好

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

Online shopping is one of the main-channel of modern shopping, such as Tianmao, Jingdong mall, Amazon, shop No.1 and a variety of TV shopping media platform B2C, these let you remain within doors and can experience the joy of shopping. So, the B2C electronic commerce platforms perform no reason to return policy, give the customer "regret" power and get some cash back. In March 15, the formal implementation of the new consumer protection law in China, in addition to the special goods, online shopping goods in the delivery date of 7 days could be used the "no reason to return" strategy. In February 13, industrial and commercial administration announced the "measures" management network transaction, the consumer online shopping "regret" power will be at the level of regulation law and departments are supported.

At the present stage of the B2C e-commerce platform, the strategy is much study, but this problem has widely meaning. Through the review of relevant literatures, the domestic research for rational behavior involves interdisciplinary is limited in this field, this problem is the study background.

Considering the limited rationality condition of customer risk preference, the return problem under the B2C environment is analyzed: the optimal selling price, supply chain inventory, the optimal return price and profit of supply chain. Usually, supply chain environment design needs to consider inventory distribution costs, residual processing, return period and so on. Our study is based on the economics perspective, discuss the existed problems, builds a decision-making model from the angle of profit, and presents the relative numerical computing conclusions. Finally, we take the Anhui TV home shopping for case study, solve practical problems using by the obtained theory. Our conclusion supply some of new explain for the "no reason to return" strategy, also provide the corresponding return strategies and solutions for specific B2C operation of enterprises.

Key words: B2C Unreasonable Return Policy; Supply Chain Profit; Limited Rationality; Risk Appetite

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目录

第 1 章绪论	1
1.1 选题背景与研究意义	1
1.1.1 选题背景	1
1.1.2 研究意义	2
1.2 研究内容与研究方法	3
1.3 全文结构	4
第 2 章顾客风险偏好下无理由退货相关理论	7
2.1 消费者行为	7
2.1.1 消费者行为定义和相关理论	7
2.1.2 完全理性和有限理性消费者行为	8
2.2 电子商务供应链管理协调理论	13
2.2.1 电子商务供应链管理	13
2.2.2 供应链协调	15
2.3 B2C 退货策略研究	16
2.3.1 退货策略	16
2.3.2 B2C 无理由退货策略概述	17
2.4 本章小结	21
第 3 章无理由退货的经济学分析	23
3.1 问题提出	23
3.2 模型假设条件和符号表示	23
3.3 商家成本-收益博弈模型	24
3.4 供应链收益模型	27
3.5 本章小结	28
第 4 章基于顾客风险偏好的无理由退货策略研究	31
4.1 问题提出	31
4.2 顾客退货行为分析	31
4.2.1 风险偏好行为	32

4.2.2 存在退货期限时的退货行为.....	34
4.3 顾客退货行为对供应链决策的影响.....	36
4.3.1 顾客退货行为下无理由退货策略最优产品销售价格.....	36
4.3.2 顾客退货行为下无理由退货策略最优产品退货价格和库存.....	37
4.4 本章小结.....	40
第 5 章案例分析——安徽电视台家家购物.....	43
5.1 家家购物运营现状.....	43
5.1.1 家家购物简介.....	43
5.1.2 家家购物配送模式介绍.....	44
5.1.3 家家购物退货政策.....	44
5.2 家家购物 2013 年度退货现状.....	45
5.3 算例分析.....	46
5.3.1 问题一.....	47
5.3.2 问题二.....	49
5.4 改进建议.....	50
5.4.1 高退货率改进建议.....	50
5.4.2 无理由退货策略改进建议.....	51
第 6 章总结与展望.....	53
6.1 研究总结.....	53
6.2 本研究的不足与展望.....	53
参考文献.....	55
致谢.....	61

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库